

**SOCIAL
MEDIA
WEEK**

HAMBURG

22. -26. FEB 2016

HOSTED BY



#APPLEGAL | RECHTLICHE STOLPERSTEINE BEI
DER ENTWICKLUNG, ERSTELLUNG UND DEM
VERTRIEB VON APPS

23. Februar 2016






#SMWHH | betahaus Hamburg

Dominik Schmidt | Rechtsanwalt

Milliardenmarkt

Diese App-Unternehmen verdienen in Deutschland am meisten

Roland Eisenbrand am 16. Februar 2016 | Keine Kommentare

 Empfehlen { 60 }  Tweet  Share { 3 }  Share { 36 }  G+1 { 13 }

Analyse. Das Geschäft mit Apps ist riesig: Allein Apple hat weltweit bereits 30 Milliarden Dollar an Entwickler ausgezahlt. Aber wer ist in Deutschland am erfolgreichsten?

Die Top 20 der umsatzstärksten iOS-App-Publisher in Deutschland

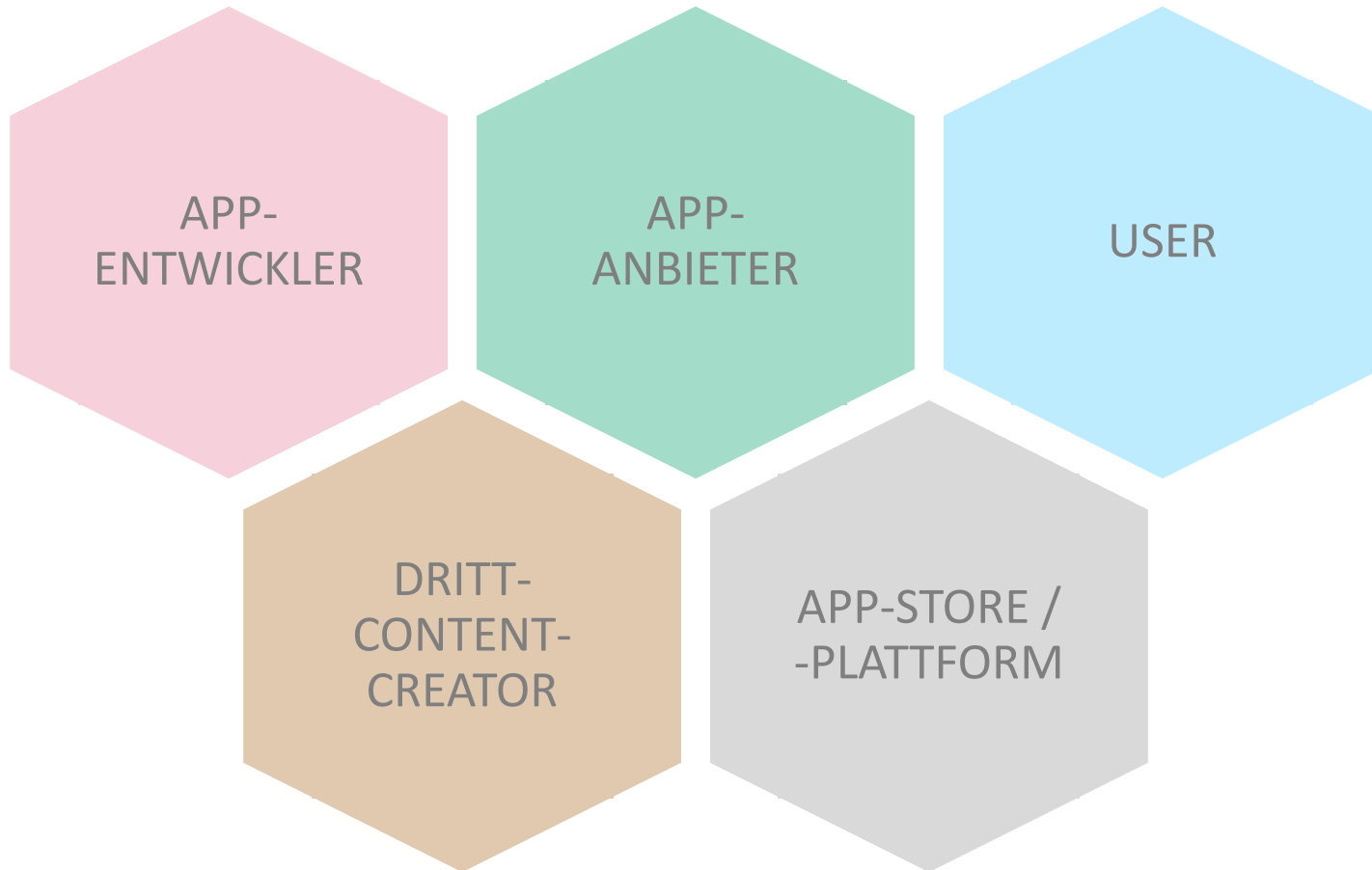
| Rang | Publisher | Umsatz (in US-Dollar) |
|------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | Supercell | 75.069.526 |
| 2 | King | 9.827.386 |
| 3 | Machine Zone | 8.837.641 |
| 4 | Electronic Arts | 5.723.962 |
| 5 | Goodgame Studios | 5.365.672 |
| 6 | Lovoo | 4.229.662 |
| 7 | Gameloft | 3.633.906 |
| 8 | Garmin Wuerzburg | 3.350.994 |
| 9 | Kabam | 2.752.628 |
| 10 | Big Fish Games | 2.256.976 |
| 11 | Spotify | 2.221.403 |
| 12 | Mojang | 2.176.495 |
| 13 | Disney | 1.895.227 |
| 14 | Runtastic | 1.797.742 |
| 15 | TomTom | 1.733.698 |
| 16 | Vorwerk International | 1.675.276 |
| 17 | Lesson Nine | 1.651.308 |
| 18 | Zynga | 1.547.318 |
| 19 | Lightricks | 1.355.983 |
| 20 | Com2uS | 1.332.156 |

Zeitraum: Januar bis Dezember 2015
 zusammengestellt von Online Marketing Rockstars
 Quelle: Priori Data

Die Top 20 der umsatzstärksten Android-App-Publisher in Deutschland

| Rang | Publisher | Umsatz (in US-Dollar) |
|------|--------------------------|-----------------------|
| 1 | Supercell | 36.329.732 |
| 2 | King | 13.979.451 |
| 3 | Com2uS | 8.447.049 |
| 4 | Electronic Arts | 7.701.058 |
| 5 | Kabam | 7.179.162 |
| 6 | IGG.COM | 6.992.415 |
| 7 | Goodgame Studios | 5.998.353 |
| 8 | Gameloft | 4.467.501 |
| 9 | Elex | 4.295.956 |
| 10 | Elex Wireless | 3.609.807 |
| 11 | Garmin Würzburg | 3.043.077 |
| 12 | Funstage Spielewebseiten | 2.868.582 |
| 13 | Blizzard Entertainment | 2.750.726 |
| 14 | Machine Zone | 2.740.655 |
| 15 | Lovoo | 2.498.065 |
| 16 | Zynga | 2.400.121 |
| 17 | Mojang | 2.284.587 |
| 18 | Nordeus | 2.089.961 |
| 19 | Runtastic | 2.040.926 |
| 20 | Ludia | 1.984.251 |

Zeitraum: Januar bis Dezember 2015
 zusammengestellt von Online Marketing Rockstars
 Quelle: Priori Data







Stellen wir uns vor, wir haben eine Idee für eine neue Messaging-App:

- Die iOS- & Android-App soll es Usern z. B. ermöglichen, untereinander Textmitteilungen, Bilder, Soundfiles, Standorte etc. zu verschicken
- Ein Icon ist entworfen, ein Name gefunden:



WhatsUpp

Schutzrechte Dritter, z. B.:

- Marken- und andere Kennzeichenrechte
- Designs
- Patente
- wettbewerbsrechtliche Besitzstände



WhatsUpp

Marke

STARBUCKS COFFEE



| | |
|-----------------------------|---------------------|
| (210)/(260) Anmeldenummer | 394029410 |
| (270) Sprache der Anmeldung | de |
| (220) Anmeldedatum | 1994-11-22 |
| Markenamt | Germany - DPMA |
| (190) Eintragungsamt | DE |
| (111) Eintragsnummer | 39402941 |
| (151) Eintragsdatum | 1996-10-28 |
| (141) Ablaufdatum | 2024-11-30 |
| (550) Markentyp | Combined |
| (551) Art der Marke | Individual |
| Claimed colour(s) | grün, schwarz, weiß |



WhatsUpp

Marke

WHATSAPP

| | |
|-----------------------------|-------------|
| (210)/(260) Anmeldenummer | 1085539 |
| (270) Sprache der Anmeldung | en |
| (220) Anmeldedatum | 2011-05-24 |
| Markenamt | WIPO - WIPO |
| (190) Eintragungsamt | WO |
| (141) Ablaufdatum | 2021-05-24 |

Benennung gemäß Madrider Protokoll AG-AM-AU-AZ-BH-BW-BY-CH-CN-EG-GH-HR-IL-IS-JP-KE-KR-KZ-MD-MG-MK-NO-OM-RU-SG-TR-UZ-VN

| | |
|-----------------------------|------------|
| (550) Markentyp | Word |
| (551) Art der Marke | Individual |
| (511) Nizza-Klassifizierung | 09,38 |

(510) Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen

| EN | |
|--|---|
| (511) Nizzaer Klassennummer | 09 |
| Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen | Instant messaging software; file sharing software; communications software for electronically exchanging data, audio, video, images and graphics via computer, mobile, wireless, and telecommunication networks; computer software for processing images, graphics, audio, video, and text. |
| (511) Nizzaer Klassennummer | 38 |



WARUM BRAUCHT EINE
TASCHENLAMPEN-APP
ZUGRIFF AUF
KONTAKTDATEN
DES NUTZERS?

Datenschutzrechtliche Grundsätze:

- Gesetzlicher Vorbehalt / Einwilligungserfordernis als Rechtsgrundlage für jede Datenverarbeitung
- Gebot der Datenvermeidung und Datensparsamkeit
- Bei Outsourcing der Datenverarbeitung: Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarung mit zu treffenden technischen und organisatorischen Maßnahmen
- Datenschutzerklärung, u. a.:
 - Art, Umfang, Zweck der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten
 - Zu Beginn des Nutzungsvorgangs
 - Auskunfts-, Widerrufs-, und Löschungsrechte / -pflicht



Content-Grundsätze:

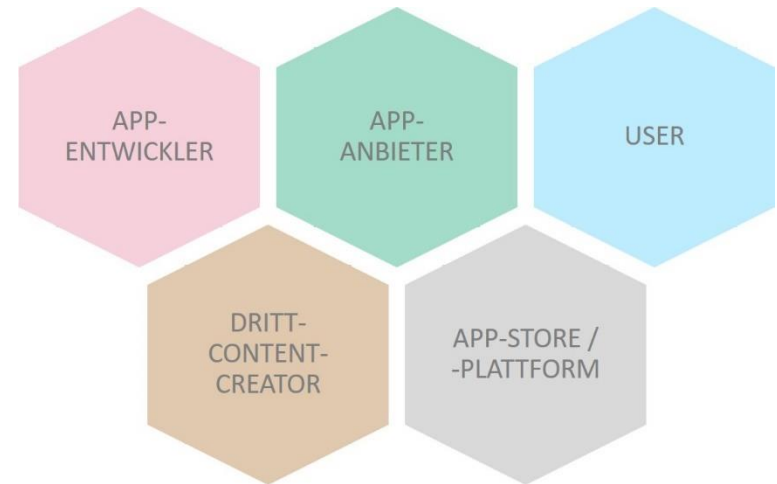
- Inhalte können in der Regel nur mit Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers verwendet werden – **Lizenzierung**
- Zweckübertragungslehre : (§ 31 Abs. 5 UrhG) *„Sind bei der Einräumung eines Nutzungsrechts die Nutzungsarten nicht ausdrücklich einzeln bezeichnet, so bestimmt sich nach dem von beiden Partnern zugrunde gelegten Vertragszweck, auf welche Nutzungsarten es sich erstreckt. Entsprechendes gilt für die Frage, ob ein Nutzungsrecht eingeräumt wird, ob es sich um ein einfaches oder ausschließliches Nutzungsrecht handelt, wie weit Nutzungsrecht und Verbotsrecht reichen und welchen Einschränkungen das Nutzungsrecht unterliegt.“*

- Einbindung von Dritt-Content (z. B. user-generated content, Bilder, Musik, Karten etc.) nur nach vorheriger Lizenzierung in dem jeweils notwendigen Nutzungsumfang
- Sonderkonstellation bei Open Source Software:
 - OSS-Module können nur unter Einhaltung der jeweiligen Lizenzbestimmungen verwendet werden (vgl. mit Creative Commons Inhalten)
 - Copyleft-Klauseln erlauben Änderungen / Bearbeitungen meist nur dann, wenn diese 1:1 weitergegeben werden
 - Bei Nichteinhaltung droht der Wegfall der entsprechenden Rechte



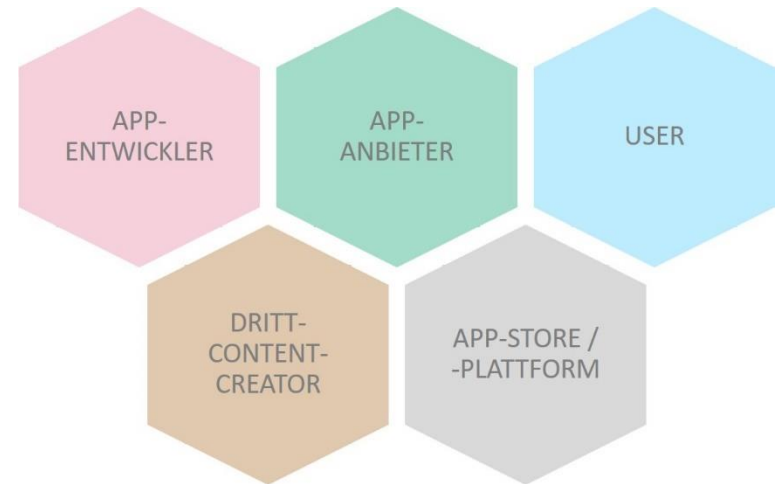
App-Entwickler ./ App-Entwicklungsplattform:

- Vertragsverhältnis, z. B. über iOS Developer Program License Agreement (iDPLA)
- Nutzungs- & Entwicklervorgaben (technischer / inhaltlicher Rahmen, Rechte und Pflichten, Datenschutz, In-App-Purchases / Zahlungsflüsse etc.)



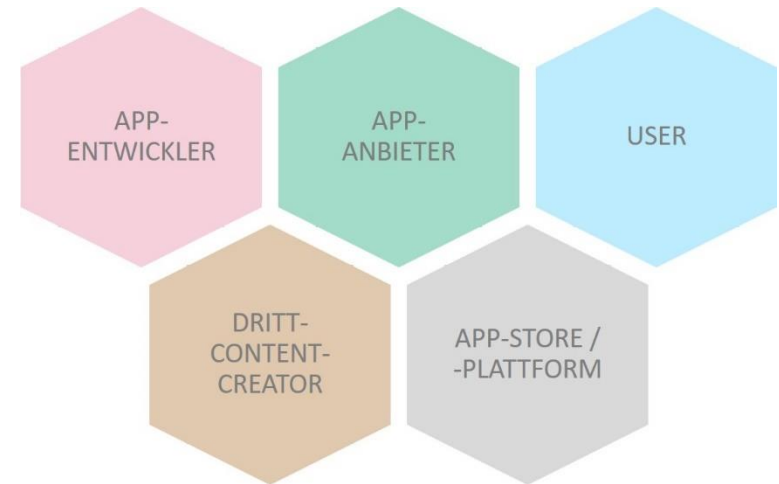
App-Entwickler ./ App-Entwicklungsplattform:

- Konformitätsprüfung vor Veröffentlichung nach App Store Review Guidelines – erheblicher Ermessens- und Beurteilungsspielraum
- „Review Board“ (interne Revisionsinstanz) – Widerspruchsmöglichkeit über iOS Developer Center



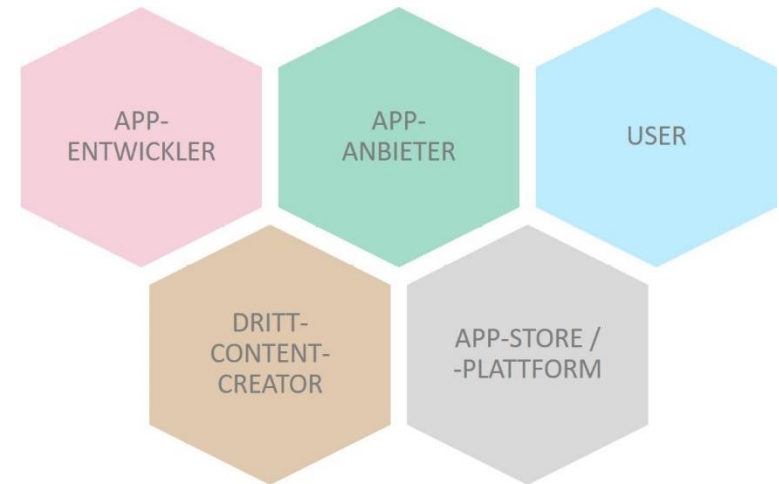
App-Entwickler ./ App-Anbieter:

- App-Entwicklungs- / -Erstellungs-Vertrag
 - Was ist von wem zu tun? (klar formulierte Leistungsbeschreibung u. a. zu Funktionalität, Kompatibilität)
 - Wer hat wann was zu tun? (Lasten- und Pflichtenheft, Fristenplan)
 - Wer haftet wofür und gewährleistet was? (z. B. Datensicherungspflichten, Übertragung in App-Store)
 - Wer holt wie Zertifikate, Rechte Dritter etc. ein?



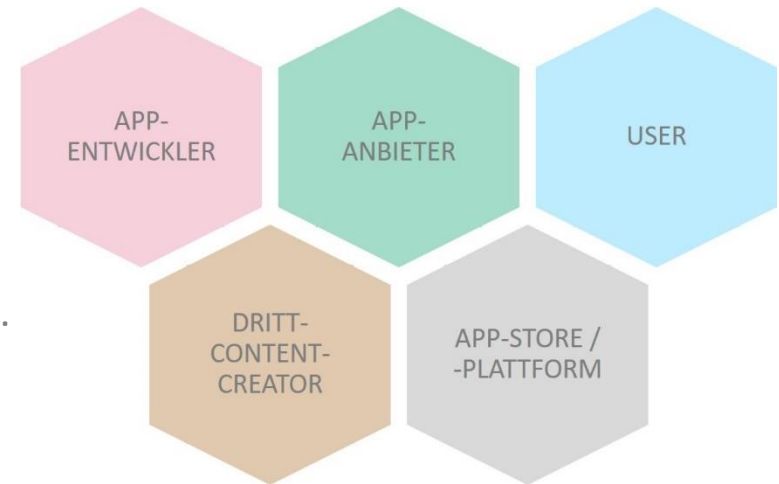
Informationspflichten des App-Anbieters:

- Impressum
- Datenschutzerklärung
- Einräumung von Nutzungsrechten (z. B. bei user-generated content) erforderlich?
- Bei E-Commerce-Funktionen (z. B. IAPs, Shop-System etc.) – AGB, Widerrufsbelehrung, PAngVO etc.
- Spezialrechtliche Ausgestaltung, z. B. bei Apps im Medizin-, Lebensmittel-Bereich etc.



App-Vertrieb:

- Bewerbung der App etc. folgt den normalen, u. a. wettbewerbsrechtlichen Regeln
- Hersteller- / Plattform-eigene brand guidelines, u. a. mit Vorgaben zu „Laden im App Store“-Badge- / Produktbilder-Einbindung, Schreibstil etc.



1.5 Grafikstandards

Mindestfreiräume und Mindestgröße

Der einzuhaltende Mindestfreiraum entspricht einem Viertel der Höhe des Badge. Fotos, Schriftzeichen oder Grafiken dürfen nicht in den Mindestfreiraum gelangen. Als Mindestgröße sind 10 mm in Printmaterialien und 40 Pixel bei Bildschirmpräsentationen einzuhalten. Wählen Sie immer eine Größe, die zwar deutlich lesbar, aber nicht dominant ist.



Auf Mobilgeräten

Wird das Badge in einem Layout mit begrenztem Platz platziert, etwa in Bannern für Mobilgeräte, wählen Sie eine Badge-Größe, die auf dem mobilen Zielgerät deutlich lesbar ist. Der einzuhaltende Mindestfreiraum entspricht einem Zehntel der Höhe des Badge.



2.4 Bildschirminhalt

Zeigen Sie Ihre App exakt so auf dem Display, wie sie aussieht, wenn die App auf dem Gerät läuft. Fügen Sie auf dem Bildschirm keine Werbebotschaft hinzu. Platzieren Sie Aufdrucke, Sprechblasen und Werbetexte neben der Produktabbildung, nicht darüber. Zeigen Sie nie den Home-Bildschirm des iPad, iPhone oder iPod touch oder jegliche Symbole oder mit Symbolen an, für die Sie nicht die Rechte besitzen.



Präsentieren Sie Ihre App und stellen Sie ihre Funktionalität in den Mittelpunkt, nicht die Funktionen der Apple Produkte.



Stellen Sie niemals Home-Bildschirme oder Dock-Symbole von Apple Produkten in Ihrer Kommunikation dar.



Platzieren Sie keine Werbung auf einem Apple Produktbildschirm. Zeigen Sie nur Ihren App-Bildschirm.





Georg Fechner



Dr. Birte Lorenzen



Britta Klingberg, LL.M.



Dr. Andreas Hanewinkel



Dominik Schmidt

FECHNER
Rechtsanwälte PartmbB

Poststraße 37
20354 Hamburg

T +49 40 34 99 372-0
F +49 40 34 99 372-10

E-Mail: info@fechner.eu

www.fechner.eu
www.app-legal.com

FECHNER Rechtsanwälte PartmbB ist ein Team erfahrener Rechtsanwälte mit ausgewiesener Kompetenz im Medienrecht, Werberecht und im Schutz geistigen Eigentums.

Als Spezialisten in unserem Gebiet arbeiten wir für viele der bekanntesten deutschen und internationalen Werbe-, PR- und Designagenturen, Medien- und Industrieunternehmen sowie für Startups und Werbetreibende aus allen Branchen.

Wir bieten Rechtsberatung in allen Bereichen des Urheber- und Medienrechts und des geistigen Eigentums sowie in angrenzenden Bereichen des allgemeinen Wirtschaftsrechts.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Beratung in IT- und datenschutzrechtlichen Fragestellungen sowie die rechtliche Entwicklung, Gestaltung, Konzeption und Umsetzung von Apps.